

致理技術學院
休閒遊憩管理系
畢業專題

鶯歌商圈遊客遊憩行為、商圈形象聯想
與滿意度之研究

專 題 學 生：王羽萱、陳藝鴛、陳珮璇、歐冠伶撰

學 號：10023108、10023109、

10023135、10023154

指 導 老 師：陳鴻彬 博士

中 華 民 國 一 百 零 四 年 五 月

目錄

目次.....	I
表次.....	II
圖次.....	II

目次

第一章 前言.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第三節 研究流程.....	3
第二章 文獻探討與回顧.....	4
第一節 鶯歌商圈發展現況.....	4
第二節 形象商圈定義與類型.....	6
第三節 遊憩行為.....	8
第四節 商圈的直覺聯想.....	10
第五節 滿意度與忠誠度.....	15
第三章 研究方法.....	20
第一節 研究對象與抽樣方法.....	20
第二節 研究架構.....	20
第三節 研究假說.....	21
第四節 問卷設計.....	21
第五節 統計分析方法.....	23
第四章 結果統計與討論.....	26
第一節 統計分析.....	26
第二節 交叉分析.....	38
第四章 結論與建議.....	50
第一節 結論.....	50
第二節 建議.....	50
參考文獻.....	53
附錄	58

表次

表 2-1 形象商圈之類型	9
表 2-2 形象商圈相關之研究	10
表 2-3 遊客遊憩行為問卷整理表	11
表 2-4 滿意度操作項目	14
表 2-5 忠誠度操作項目	16
表 2-6 知名度相關研究整理表	19
表 2-7 商圈知名度問卷整理表	20
表 2-8 吸引前去特色問卷整理表	21
表 3-1 商圈遊憩行為之問項表	25
表 3-2 商圈服務品質之問項表	25
表 3-3 商圈忠誠度之問項表	26
表 3-4 商圈知名度及形象聯想之問項表	26
表 4-1 遊客基本屬性分析表	27
表 4-2 遊客遊憩行為分析表	29
表 4-3 商圈形象聯想分析表	34
表 4-4 商圈滿意度及忠誠度分析表	37
表 4-4 商圈滿意度及忠誠度分析表	37
表 4-5 性別與動機交叉檢定分析表	38
表 4-6 性別與同行交叉檢定分析表	38
表 4-7 性別與如何前來交叉檢定分析表	39
表 4-8 性別與消費項目交叉檢定分析表	39
表 4-9 性別與商圈忠誠度 T 檢定分析表	39
表 4-10 性別與資訊管道交叉檢定分析表	39
表 4-11 性別與吸引特色交叉檢定分析表	39
表 4-12 性別與直覺聯想交叉檢定分析表	40
表 4-13 年齡與動機交叉檢定分析表	40

表 4-14 年齡與同行交叉檢定分析表	40
表 4-15 年齡與如何前來交叉檢定分析表	41
表 4-16 年齡與消費項目交叉檢定分析表	41
表 4-17 年齡與消費金額交叉檢定分析表	41
表 4-18 年齡與資訊管道交叉檢定分析表	42
表 4-19 年齡與吸引特色交叉檢定分析表	42
表 4-20 居住地與動機交叉檢定分析表	42
表 4-21 居住地與頻率居住地交叉檢定分析表	42
表 4-22 居住地與消費項目交叉檢定分析表	43
表 4-23 居住地與商圈服務滿意度與忠誠度 ANOVA 檢定分析表	43
表 4-24 有無子女與同行交叉檢定分析表	43
表 4-25 有無子女與如何前來交叉檢定分析表	44
表 4-26 有無子女與頻率交叉檢定分析表	44
表 4-27 有無子女與消費項目交叉檢定分析表	44
表 4-28 有無子女與消費金額交叉檢定分析表	45
表 4-29 有無子女與消費項目交叉檢定分析表	45
表 4-30 教育程度與動機交叉檢定分析表	45
表 4-31 教育程度與消費項目交叉檢定分析表	46
表 4-32 教育程度與商圈服務滿意度與忠誠度 ANOVA 檢定分析表	46
表 4-33 教育程度與動機交叉檢定分析表	46
表 4-34 教育程度與直覺聯想交叉檢定分析表	46
表 4-35 個人平均每月用於休閒消費金額與如何前來交叉檢定分析表	47
表 4-36 個人平均每月用於休閒消費金額與消費項目交叉檢定分析表	47
表 4-37 個人平均每月用於休閒消費金額與消費金額交叉檢定分析表	47
表 4-38 個人平均每月用於休閒消費金額與吸引特色交叉檢定分析表	48

圖次

圖 1-1 研究流程圖	4
圖 3-1 基本研究架構圖	24
圖 4-1 商圈遊客至商圈動機分析圖	30
圖 4-2 商圈遊客與何者同行分析圖	30
圖 4-3 商圈遊客如何前來本商圈分析圖	31
圖 4-4 商圈遊客來本商圈的頻率分析圖	31
圖 4-5 商圈遊客平均停留的時間分析圖	32
圖 4-6 商圈遊客實際消費項目分析圖	32
圖 4-7 商圈遊客消費金額分析圖	33
圖 4-8 商圈遊客的旅遊資訊蒐集管道分析圖	35
圖 4-9 商圈遊吸引客前往的地方特色分析圖	35
圖 4-10 商圈遊客的商圈直覺聯想分析圖	36
圖 4-11 商圈遊客的商圈滿意度分析圖	37
圖 4-12 商圈遊客的商圈忠誠度分析圖	38